

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
SOSIAL MEDIA *MARKETING* TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Konsumen Produk Fashion Merek Lokal Di Kalangan
Mahasiswa UMS)



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Diajukan Oleh :

MOHAMMAD HUSEN ASRORI

B100170209

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN SOSIAL
MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI (STUDI KONSUMEN
PRODUK FASHION MEREK LOKAL DI KALANGAN MAHASISWA
UMS)**


Yang ditulis dan disusun oleh:

MOHAMMAD HUSEN ASRORI
B100170209

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Juni 2021

Pembimbing



(Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)
NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI (STUDI KONSUMEN PRODUK FASHION MEREK LOKAL DI KALANGAN MAHASISWA UMS)

Oleh:

MOHAMMAD HUSEN ASRORI

B100170209

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Ir. Irmawati, S.E., M.Si. (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)
NIP 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MOHAMMAD HUSEN ASRORI

Nim : B100170209

Jurusan : MANAJEMEN

**Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN
SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI
(Studi konsumen produk fashion merek lokal di kalangan
Mahasiswa UMS)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 31 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,

(MOHAMMAD HUSEN ASRORI)

MOTTO

“Jadilah kuat bukan berarti menyakiti. Jadilah baik, tapi tidak lemah. Jadilah berani, tapi tidak menakuti. Jadilah rendah hati, tapi tidak rendahan. Tetap bangga, tapi tidak sombong.”

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bersabar”

(Q.S al-Baqarah, 153)

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat.”

(QS. Ibrahim, 6)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehata dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Muhadi dan Ibu Tugiyati yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, masukan, dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu.
4. Kakak saya Endah Sulistiani yang selalu memberikan semangat dalam perkuliahan, membantu dan mengajari saya.
5. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
6. Pembimbing Skripsi Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
7. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
8. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan sosial media *marketing* terhadap minat beli produk fashion merek lokal di kalangan mahasiswa UMS. Metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yaitu Mahasiswa UMS. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *smartPLS* 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk fashion merek lokal. (2) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion merek lokal. (3) sosial media *marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion merek lokal.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Sosial Media *Marketing*, dan Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, brand image, and social media marketing on the interest in buying local brand fashion products among UMS students. The research method used is a method with a quantitative approach used to examine certain populations or samples, namely UMS students. Sampling was done by purposive sampling method with the number of respondents as many as 100 respondents and the data used were primary data in the form of a questionnaire. The data analysis method used is smartPLS 3.0. The results of this study indicate that (1) product quality has no significant effect on buying interest in local brand fashion products. (2) brand image has a positive and significant effect on buying interest in local brand fashion products. (3) social media marketing has a positive and significant effect on buying interest in local brand fashion products.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Social Media Marketing, and Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan innayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripdi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Sosial Media *Marketing* terhadap Minat Beli”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar kita Rasulullah Muhammad SAW karena dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, umat terbaik dan juga telah menuntun kita dari jaman yang gelap gulita sampai jaman yang terang benderang pada saat ini demi mencapai ridho Allah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan juga nabi agung, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi tauladan bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang

telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.

6. Ibu dan Bapak serta kakak tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan bagi keberhasilan penulis.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, 31 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori	6
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Kerangka Pemikiran.....	16
D. Pengembangan Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Ruang Lingkup Penelitian	20
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	21
C. Metode Pengumpulan Data.....	22
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
E. Sumber Data.....	28
F. Metode Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	35
A. Analisis Deskripsi Responden	35

B. Skema Model Partial Least Square (PLS).....	37
C. Evaluasi Outer Model	38
D. Evaluasi Inner Model.....	45
E. Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4. 1 Statistik Deskripsi Sampel	35
Tabel 4. 2 Outer Loading	39
Tabel 4. 3 Cross Loading	41
Tabel 4. 4 Average Variant Extrated (AVE).....	43
Tabel 4. 5 Composite Reliability	44
Tabel 4. 6 Cronbach Alpha	44
Tabel 4. 7 Nilai R-Square.....	45
Tabel 4. 8 T-Statistics dan P-Values	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	16
Gambar 4. 1 Outer Model	37
Gambar 4. 2 Inner Model	38